

KESENJANGAN KEPUASAN AUDIENS TERHADAP MEDIA ONLINE

**(Studi Deskriptif Kuantitatif Kesenjangan Kepuasan Mahasiswa
FKI UMS Terhadap Akses Berita Website Cnnindonesia.com)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

Oleh:

SINDI SAFITRI

L100170130

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

KESENJANGAN KEPUASAN AUDIENS TERHADAP MEDIA ONLINE
(Studi Deskriptif Kuantitatif Kesenjangan Kepuasan Mahasiswa FKI UMS Terhadap
Akses Berita Website Cnnindonesia.com)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:



SINDI SAFITRI

L100170130

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si

NIK : 644

HALAMAN PENGESAHAN

**KESENJANGAN KEPUASAN AUDIENS TERHADAP MEDIA ONLINE
(Studi Deskriptif Kuantitatif Kesenjangan Kepuasan Mahasiswa FKI UMS Terhadap
Akses Berita Website Cnnindonesia.com)**

Oleh:

SINDI SAFITRI

L100170130

Telah Dipertahankan Di depan dewan Penguji

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

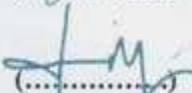
Pada hari

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dr. Dian Purworini, MM**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Budi Santoso, M.Si**
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)


(.....)


(.....)

Dekan,




Supriyatna, S.T., M.Sc., Ph.D

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Mei 2021

Penulis



SINDI SAFITRI

L100170130

**KESENJANGAN KEPUASAN AUDIENS TERHADAP MEDIA ONLINE
(Studi Deskriptif Kuantitatif Kesenjangan Kepuasan Mahasiswa FKI UMS
Terhadap Akses Berita Website Cnnindonesia.com)**

Abstrak

Portal berita online merupakan salah satu website penyedia berita dalam bentuk digital kepada para masyarakat di dunia. Cnnindonesia.com merupakan salah satu portal berita online yang dapat dijadikan sebagai penyedia informasi apapun yang dibutuhkan masyarakat di Indonesia. Walaupun keberadaannya di Indonesia masih tergolong baru namun cnnindonesia ini mampu bersaing dengan para kompetitor yang keberadaannya sudah lama. Cnnindonesia selalu berusaha memberikan informasi yang terupdate dan akses berita yang memudahkan para masyarakat agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat dalam aspek informasi ataupun yang lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan dan tingkat kesenjangan kepuasan yang dirasakan mahasiswa fakultas komunikasi dan informasi setelah mengonsumsi website cnnindonesia.com. penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Metode pengumpulan data dengan cara menggunakan kuesioner yang sudah disebarakan kepada para responden sebanyak 96 responden. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara *purposive random sampling*. Untuk mengukur tingkat kesenjangan kepuasan responden yaitu melalui kepuasan yang diharapkan (*gratification sought*) dan kepuasan yang didapat (*gratification obtained*) menggunakan rumus kesenjangan (*discrepancy*) antara *gratification sought* dan *gratification obtained* dengan menggunakan rumus *Palmgreen*. hasil dari penelitian ini adalah website cnnindonesia mampu memberikan kepuasan kepada para responden. Motif responden mengakses cnnindonesia dilihat dari aspek informasi dan aspek hiburan. namun responden lebih condong pada aspek hiburan.

Kata kunci : *uses and gratification, discrepancy* , portal berita online

Abstract

The online news portal is a website that provides digital news to people in the world. cnnindonesia.com is an online news portal that can be used as a provider of any information needed by the people in Indonesia. Even though its presence in Indonesia is still relatively new, it can compete with competitors who have existed for a long time. CNN Indonesia always tries to provide updated information and access to news that makes it easy for the public to be able to satisfy people's needs in the information or other aspects. The purpose of this study was to determine the satisfaction and level of satisfaction gaps felt by communication and information faculty students after consuming the cnnindonesia.com website. This research is a quantitative descriptive study using a survey method. The theory which is used in this research is the *uses and gratification*.

and gratification theory. The data collection methods used a questionnaire that has been distributed to the respondents as many as 96 respondents. The sampling method was purposive random sampling. To measure the level of the gap in respondent satisfaction, namely through the expected satisfaction (gratification sought) and the satisfaction obtained (gratification obtained) using the discrepancy formula between gratification sought and gratification obtained using the Palmgreen formula. The result of this research is that the CNNIndonesia website can provide satisfaction to the respondents. The motive of the respondents to access CNN Indonesia is seen from the information aspect and the entertainment aspect. However, respondents are more inclined to the entertainment aspect.

Keywords : uses and gratification, discrepancy, online news portal

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Riset mengenai kesenjangan kepuasan audiens terhadap suatu media menarik untuk diteliti karena temuan beberapa riset menunjukkan hasil yang beragam (Safitri *et.al* 2019; Sondak *et.al* 2019; Gunawan 2016; Arifin 2013; Flavián & Gurrea 2009). Hasil Riset pertama, Safitri *et.al* (2019) mengatakan bahwa khalayak mengkonsumsi berita digital didasari oleh dua motif yaitu motif informasi dan motif hiburan, namun berita digital yang dapat memberikan kepuasan kepada khalayak presentasi tertinggi lebih terdapat pada motif dan kepuasan hiburan sedangkan presentasi terendah terdapat pada motif dan kepuasan informasi.

Temuan riset kedua dari Sondak *et.al* (2019) berbeda dengan temuan penelitian Safitri *et.al* (2019). Temuan ini dalam mengukur tingkat kesenjangan menggunakan 4 indikator motif dan kepuasan dalam mengukur kesenjangan kepuasan audiens terhadap media, meliputi motif dan kepuasan dunia maya, motif dan kepuasan pelampiasan sosial dan emosional, motif dan kepuasan pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar, serta motif dan kepuasan dalam menghabiskan waktu dan kebiasaan. Dari keempat indikator motif dan kepuasan ditemukan bahwa kepuasan khalayak tertinggi terdapat pada motif dan kepuasan pengetahuan informasi dan lingkungan sekitar sedangkan indikator motif dan kepuasan lainnya (seperti motif dunia maya, pelampiasan sosial dan emosional, menghabiskan waktu dan kebiasaan) tidak terpenuhi. Temuan riset ketiga dari

Gunawan (2016) mendukung hasil riset Sondak *et.al* (2019) temuan dalam riset ini mengungkapkan bahwa presentasi tertinggi masyarakat mengkonsumsi media dilihat dari 4 indikator motif dan kepuasan yaitu motif dan kepuasan informasi, motif dan kepuasan identitas pribadi, motif dan kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan motif dan kepuasan hiburan. Dari keempat indikator motif dan kepuasan tersebut kepuasan tertinggi adalah indikator motif dan kepuasan informasi sedangkan motif dan kepuasan terendah adalah motif dan kepuasan pada indikator hiburan.

Hasil Riset keempat yang dilakukan Arifin (2013) menunjukkan bahwa khalayak masih kurang terpuaskan dengan apa yang di tawarkan media online melalui portal berita online. Tidak mudah bagi para audiens untuk langsung percaya dengan apa yang disampaikan oleh portal berita online, dan khalayak masih membutuhkan penyajian yang lebih baik lagi. Sifat dan karakteristik internet yang identik dengan cepat, dinamis, konvergensi, dan interaktif ternyata masih belum mampu untuk dapat memenuhi kepuasan penikmatnya.

Temuan Riset terakhir dari Flavián & Gurrea (2009) menyatakan bahwa dilihat dari segi motif informasi, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari motivasi yang timbul dari pengetahuan khalayak terhadap berita terkini, untuk mencari informasi yang spesifik dan berita terkini di surat kabar digital. Sedangkan dari segi motif hiburan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap sikap, karena motivasi lebih terkait dengan saluran fisik. Walaupun dengan tema penulisan yang sama yaitu meneliti tentang kepuasan audiens terhadap media online namun kenyataannya memberikan hasil yang beragam sehingga membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mencari tahu apakah media online dapat memuaskan para audiens.

Bersamaan dengan berkembangnya teknologi serta informasi saat ini menjadikan suatu jawaban bagi publik perihal kebutuhan informasi. Perkembangan informasi yang terus berjalan menciptakan rasa ingin tahu manusia terhadap kondisi di sekitarnya semakin besar. Setiap terjadi suatu peristiwa ataupun fenomena di dunia dapat tersebar dengan begitu cepatnya melalui teknologi. Teknologi yang begitu cepat ini menimbulkan persaingan antar media yang begitu ketat. Media terus berlomba- lomba untuk dapat

menyajikan suatu informasi ataupun berita secara aktual serta dapat menyeluruh ke publik dalam waktu yang secepat mungkin.

Perkembangan teknologi saat ini yang terus mengalami perkembangan ialah internet. Internet merupakan jaringan komunikasi yang bersifat global berperan untuk menyambungkan seluruh jaringan pc yang terdapat di dunia ini supaya dapat saling tersambung satu sama lain(Susanto& Erdiansyah, 2018). Kehadiran internet ini sangat memberikan kemudahan bagi setiap individu, salah satu contohnya ialah kemudahan dalam perihal mengakses informasi terkini ataupun melakukan komunikasi.

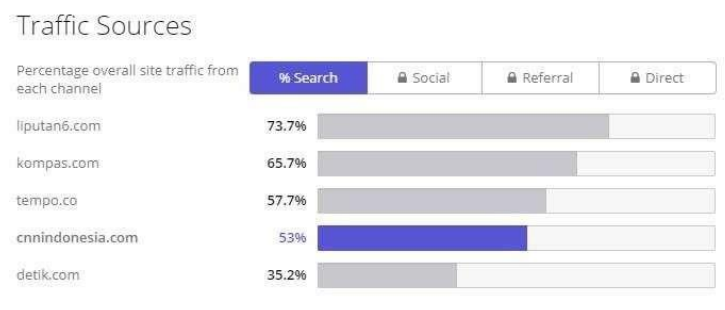
Perkembangan pengguna internet ini terjadi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Menurut pemberitaan yang dilakukan oleh kompas.com dalam situs. (<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>) Pada bulan April 2019 tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 171 juta jiwa. Catatan tersebut merupakan hasil dari studi polling Indonesia yang telah bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau sering disingkat dengan APJII, yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh sebanyak 10,12 persen. Hasilnya, menurut Henri Kasyfi sebagai Sekjen APJII, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, terdapat sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang telah terhubung ke internet.

Murujuk pada artikel yang ditulis oleh Flavián & Gurrea (2009) mengungkapkan bahwa saat ini terdapat lebih dari 4.200 surat kabar atau subar digital diseluruh dunia. Artikel tersebut juga menjelaskan bahwa dari segi permintaan surat kabar serta berita digital yakni salah satu jenis layanan yang paling banyak dicari oleh para pengguna internet (Consoli & Levin, 2003). Di Indonesia kemunculan surat kabar digital ini sering disebut dengan portal berita online. Portal berita online adalah salah satu media yang mengguankan jaringan internet. Portal berita online sendiri adalah sebuah jaringan global yang mengacu pada system informasi serta mempunyai hubungan antar komputer sehingga bisa melakukan komunikasi data perihal menyebarluaskan informasi dari satu Negeri ke Negeri yang lain secara mudah dan juga cepat (Dwijaya, 2015). Salah satu

portal berita online yang saat ini perkembangannya pesat ialah Cnnindonesia.com.

Cnnindonesia.com ialah media yang berafiliasi dengan CNN Amerika Serikat. Di Indonesia, hak siar serta hak terbit dari cnnindonesia.com ini dimiliki oleh PT Agranet Multicitra Siberkom milik Chairul Tanjung. Cnnindonesia.com ini resmi diluncurkan pada bulan Oktober 2014, dengan sajian sejumlah saluran meliputi politik, nasional, internasional, gaya hidup, dan olah raga. Cnnindonesia.com ini menerapkan konsep konvergensi, dimana konvergensi ini memunculkan berbagai format multimedia pemberitaan (Bardoel dan Deuze, 2001). Multimedia yang dimaksud semacam teks, video, audio, foto, animasi atau infografis (Saltiz dan Dickinson, 2007).

Alasan memilih cnnindonesia.com menurut penyedia website statistik Alexa.com besutan Amazon.com dilihat dari kompetitif analisis traffic sources cnnindonesia.com berada di urutan ke 4 dari ke 5 portal berita online. Peringkat pertama ditempati oleh Liputan6.com dengan presentase 73,7%, kedua, Kompas.com dengan presentase 65.7%, ketiga, Tempo.co dengan presentase 57,7%, keempat, Cnnindonesia.com dengan presentase 53%, dan yang terakhir adalah detik.com dengan presntase 35,2%. Namun jika dilihat secara keseluruhan cnnindonesia menempati posisi ke-25 per tanggal 06 Oktober 2020.



Gambar 1 peringkat portal berita online
(sumber: www.alexacom/topsites/countries/ID)

Suatu media pastinya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, hal ini menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam menarik perhatian audiens. Setiap orang pasti memiliki karakter yang berbeda-beda maka dari itu tidak akan mungkin jika didominasi oleh satu media saja. Khalayak akan lebih memilih suatu media yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kalangan muda seperti mahasiswa misalnya dan masyarakat

yang mempunyai status pendidikan tinggi akan lebih memilih mengkonsumsi media online dari pada media offline, karena mereka merupakan kategori dari kelompok masyarakat yang “melek media” dan haus akan informasi.

Sifat dan karakteristik Media online yang identik dengan cepat, dinamis, konvergensi, dan interaktif ini merupakan kelebihan dari media online itu sendiri (Arifin, 2013). Namun perlu disadari bahwa hal tersebut merupakan salah satu kekurangan dari media online. Media online sendiri sering dianggap mengabaikan kepentingan publik dengan menampilkan berita-berita secara cepat tetapi tingkat verifikasi dan akurasi masih tergolong rendah (Adzkia, 2015). Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti Mahasiswa di salah satu kota Surakarta yaitu Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Mereka berada dalam tahap mempelajari dan mendalami hal yang baru dan Mahasiswa FKI UMS ini tentunya sering membaca berbagai macam portal berita online dan salah satunya cnnindonesia.com untuk mencari tahu informasi yang mereka butuhkan. Oleh karena itu disini penulis mengambil subjek penelitian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Komunikasi dan Informatika karena dianggap relevan dalam penulisan ini. Dengan tujuan untuk mengetahui kesenjangan kepuasan yang didapat Mahasiswa FKI UMS setelah mengakses Cnnindonesia.com.

Dari latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa penggunaan suatu media dapat menimbulkan efek kepuasan yang berbeda bagi para audiens. Seseorang mengkonsumsi suatu media tentunya dikarenakan adanya suatu dorongan akan motif-motif tertentu. Salah satu tujuannya ialah agar mendapatkan kepuasan yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Sedangkan disini para media saling bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan para khalayak. Banyak sekali media yang mampu khalayak nikmati, setiap media selalu memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi para audiens. Maka dari penjelasan diatas dapat dibuat rumusan masalah apakah ada kesenjangan kepuasan pada Mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com?

1.2. Kajian Pustaka

1.2.1. Teori Uses and Gratifications

Teori *uses and gratification* diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. Teori *Uses and Gratification* mempunyai asumsi bahwa audiens aktif dalam pemilihan media dan audiens menggunakan media berdasarkan tujuan tertentu. Disini media hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan audiens dan audiens dapat menggunakan atau memilih berbagai macam media yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan mereka atau dengan kata lain tidak harus terpaku pada satu media saja (Littlejohn, 1998). Permasalahan yang utama di dalam teori bukan tentang bagaimana suatu media dapat mengubah sikap dan perilaku pada audiens tetapi lebih kepada bagaimana semua media dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial para khalayak. Jadi disini intinya adalah pada audiens yang aktif, yang dengan sadar atau sengaja memilih atau menggunakan suatu media untuk dapat mencaai tujuan tertentu (Effendy, 2003).

Awal mula dari riset teori *uses and gratification* ini dari komunikasi terlebih pada komunikasi media massa tidak mempunyai kekuatan apapun untuk mempengaruhi khalayak. Inti dari teori tersebut adalah para audiens atau khalayak dalam menggunakan atau memilih suatu media atas dasar motif-motif tertentu. Jika suatu motif khalayak tersebut dapat terpenuhi maka kebutuhan khalayak juga terpenuhi. Dan akhirnya yang dapat memberikan pemenuhan atas kebutuhan khalayak dianggap sebagai suatu media yang efektif untuk digunakan (Kriyantono, 2006).

Seperti yang disampaikan oleh Kriyantono (2006) menyampaikan bahwa teori *uses and gratification* ini telah mengalami banyak perkembangan. Salah satunya riset yang dilakukan oleh Palmgreen dimana penulisan tidak hanya sampai pada penggunaan media yang didorong oleh motif-motif tertentu, namun juga menanyakan tentang apakah motif khalayak tersebut dapat dipenuhi oleh media. Konsep penulisan Palmgreen ini disebut dengan konsep kepuasan. Philip Palmgreen kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi suatu media dibagi menjadi dua yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. *Gratification sought* adalah motif yang mendorong seseorang

mengonsumsi media (kepuasan yang dicari). Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu (Kriyantono, 2006). Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan audiens dalam menggunakan suatu media, akan menggunakan kesenjangan antara nilai mean *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

Menurut McQuail (2010) terdapat empat indikator motif yang mendasari individu mengonsumsi suatu media. Motif tersebut diantaranya adalah motif informasi, motif identitas personal, motif integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan (Kriyantono, 2006). Sedangkan yang saya gunakan dalam penulisan ini adalah hanya motif informasi dan motif hiburan. Pemilihan tersebut didasari atas fungsi penyiaran yang diatur dalam UU No. 32 tahun 2002 yang berupa fungsi informasi, fungsi hiburan, fungsi kontrol sosial dan perekat sosial, dan fungsi pendidikan.

1.2.2. Portal Berita Online

Berita ialah Sebuah laporan terkait dengan fakta ataupun ide-ide baru yang terjadiannya tidak diragukan lagi serta penting dan dapat menarik perhatian sebgaiian besar masyarakat melalui berbagai media seperti radio, koran, televisi, serta internet (Sumadiria, 2011). Internet dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi, dalam prakteknya biasa disebut dengan media online. Jenis media online ini beragam, salah satunya adalah Portal berita online. Portal berita online ini tersedia dalam bentuk situs biasa disebut dengan website tujuannya adalah untuk menyediakan serta memberikan informasi ataupun berita kepada masyarakat luas. Melalui Portal berita Online audiens dapat mengakses informasi apapun yang sedang terjadi dengan mudah dan dapat digunakan kapanpun serta dimanapun asalkan terhubung dengan internet melalui situs website (Safitri *et.al*, 2019).

Cnnindonesia.com merupakan salah satu portal berita online yang menyajikan berita terkini dan informasi-informasi pilihan yang cepat dan terpercaya. Berbagai jenis berita tersebut dapat diakses selama 24 jam dalam sepekan dan juga dilengkapi dengan berbagai macam topic-topik yang menarik, misalnya seputar kabar politik, ekonomi, berita dunia, gaya hidup modern dan berita bola. Dengan desain yang menarik dan selalu

up to date, audiens dapat melakukan eksplorasi dalam berbagai kategori-kategori berita yang mereka inginkan. Audiens juga dapat dengan mudah menikmati siaran langsung cnn tv secara gratis melalui website cnnindonesia.com. Cnnindonesia.com memiliki berbagai fitur unggulan diantaranya seperti live streaming cnn Indonesia tv, fokus berita, live report, push notification, night mode, breaking news. Ragam kategori berita seperti nasional, ekonomi, internasional, olahraga, teknologi, hiburan, gaya hidup, infografis, foto & video (www.cnnindonesia.com).

1.2.3. Definisi Operasional

Pendekatan uses and gratification digunakan dalam penulisan ini untuk mengukur variabel yang digunakan yaitu variabel kepuasan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Philip Palmgreen (Kriyantono, 2010). Konsep dari kepuasan mahasiswa FKI UMS setelah mengakses berita melalui cnnindonesia.com ini dibagi menjadi dua, yaitu pertama, variabel independen penulisan ini yakni kepuasan yang diharapkan atau sering disebut dengan motif (gratification sought) dan yang kedua, variabel dependen penulisan ini adalah kepuasan yang diperoleh (gratification obtained) (Kriyantono, 2010). Untuk mengukur kepuasan audiens tersebut dengan melihat tingkat kesenjangan (gratification discrepancy) yang terjadi diantara (gratification sought) dan (gratification obtained). Semakin kecil tingkat kesenjangan yang terjadi diantara keduanya maka akan semakin memuaskan media tersebut.

Konsep untuk mengukur kepuasan ini biasa disebut dengan pencarian kepuasan yang diharapkan atau motif (gratification sought) dan kepuasan yang diperoleh (gratification obtained). Kategori motif dalam penulisan ini dikategorikan sebagai berikut:

1. Motif informasi; pengguna dianggap mempunyai motif informasi jika mereka:
 - a. Dapat mengetahui tentang peristiwa atau kondisi di dalam masyarakat dan dunia
 - b. Dapat ingin mencari nasihat, pendapat, dan pilihan tentang suatu permasalahan
 - c. Dapat ingin mempelajari dan menambah ilmu baru
 - d. Dapat ingin memuaskan rasa ingin tahu

- e. Dapat ingin memperoleh rasa aman melalui pengetahuan
- 2. Motif hiburan; pengguna dapat dikatakan memiliki motif hiburan ketika mereka :
 - a. Dapat melarikan diri dari masalah
 - b. Dapat memperoleh kesenangan dan hiburan
 - c. Dapat mendapatkan kenikmatan dengan melihat budaya lain
 - d. Dapat mengisi waktu luang
 - e. Dapat melampiaskan emosi
 - f. Bersantai (Kriyantono & Komunikasi, 2010)

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, dengan metode survei. Metode survei ini menggunakan kuesioner yang sifatnya tertutup ini menjadi instrumen utama dalam hal pengumpulan data dan menggunakan aplikasi SPSS untuk proses menghitungnya. Metode survei ini sendiri dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner (Singarimbun, 1995). Tipe penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana penulisan ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa, atau sama halnya dengan tidak untuk menjelaskan variabel serta variabel serta tidak menguji hipotesa ataupun hubungan. Tetapi hanya untuk mengetahui mengenai apa, berapa banyak, dan sejauh mana (Suryandari, 2017).

Paradigma yang digunakan dalam penulisan ini yaitu paradigma positivisme yang mengukuhkan asumsi bahwa terdapat kepuasan audiens terhadap cnnindonesia.com. Penulis akan melakukan penulisan pada mahasiswa FKI di UMS. Populasi sasaran adalah mahasiswa karena mereka potensial menggunakan media online. Pemilihan mahasiswa FKI Universitas Muhammadiyah Surakarta dikarenakan mereka dianggap mempunyai potensial mengonsumsi media dan mereka bisa dikatakan “melek media” sehingga relevan dengan bahasan penulisan tingkat kepuasan media. Lokasi penulisan ini akan dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta, Fakultas Komunikasi dan Informatika yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani, Pabelan, Kartasura, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia. Pengambilan sampel ini dirumuskan berdasarkan dengan

menggunakan metode accidental sampling artinya mereka yang dijumpai oleh penulis dan merupakan pengakses situs cnnindonesia.com. Alasannya dikarenakan tidak adanya kerangka pengambilan sampling.

Untuk mengetahui banyaknya sampel penulis menggunakan teknik sampling dengan rumus slovin, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{2.278}{1 + 2.278 \times 0,1^2} = 95,795 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Keterangan:

n : Besarnya Sampel

N : Besarnya Populasi

e : Nilai Presisi 0,1 (presisi diambil 10%, karena jumlah populasi lebih dari 100)

Berdasarkan hasil diatas dapat ditarik jumlah sampel yang digunakan adalah 95,795 responden, dibulatkan menjadi 96 responden. Dengan begitu, dalam penulisan ini akan menyebarkan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data penulisan kepada 96 Mahasiswa FKI UMS. Dalam penulisan ini menggunakan kuesioner dengan modifikasi skala likert lima tingkat yaitu (sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak tahu, setuju, sangat setuju). Penulis menjadikan kuesioner sebagai instrumen utama dalam penulisan ini, maka kuesioner yang dipakai harus benar-benar dapat mengukur apa yang semestinya akan diukur. Uji validitas kuesioner pada penulisan ini dilakukan dengan menggunakan cara menghitung hubungan yang terjadi diantara nilai keseluruhan yang didapat dari setiap pernyataan item dengan nilai keseluruhan yang diperoleh pada alat ukur tersebut, atau biasa disebut dengan metode *product moment pearson*.

Jika kuesioner sudah terbukti valid kemudian dilakukan uji reliabilitas. Penulis menggunakan metode *alpha cronbach* dalam penulisan ini, hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat memberikan hasil yang serupa jika dilakukan pengukuran kembali atau singkatnya untuk mengetahui konsistensi alat

ukur. Setelah dilakukan uji validitas dan realibilitas maka dilakukan tahap analisis data. Penulis dalam penulisan ini menggunakan metode yaitu uji kesenjangan atau biasa disebut dengan discrepancy. Tingkat kepuasan dari mahasiswa FKI UMS terhadap website cnnindonesia.com, yakni melalui motif (gratification sought) dan kepuasan yang didapat (gratification obtained), kepuasan tersebut diukur berdasarkan kesenjangan (discrepancy) antara gratification sought dan gratification obtained dengan menggunakan rumus Palmgreen sebagai berikut :

$$D = \frac{\sum_i G_i n_{i,j}}{\sum_i \sum_j n_{i,j}} \quad \text{.....(1)}$$

Dimana :

D = discrepancy / kesenjangan

N = Jumlah sampel

i = Kepuasan yang dicari (GS)

J = Kepuasan yang diperoleh (GO) Dimana $I \neq j$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahapan ini penulis menyajikan data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang sudah diisi oleh para responden yaitu Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS mengenai kepuasan yang telah di dapat terhadap website cnnindonesia.com. Data yang sudah terkumpul kemudian penulis melakukan tahap analisis data menggunakan aplikasi *Statistic Product and Service Solution* atau aplikasi SPSS dan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi. Hal ini bertujuan agar lebih informative dan memudahkan dalam memahami data hasil dari olahan aplikasi SPSS. Dibawah ini akan berisi sub bab mengenai hasil dari deskripsi data yang diperoleh dari responden, uji persyaratan analisis yaitu uji validitas dan realibilitas, analisis data sesuai dengan aspek yang akan diteliti oleh penulis, serta pembahasan yang diperoleh dari tahap analisis data.

3.1. Deskripsi data

Berdasarkan informasi yang telah didapat populasi pada penulisan ini berjumlah 2.278 orang yang merupakan mahasiswa fakultas komunikasi dan informatika UMS. Dari jumlah populasi diatas metode pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling dimana sampling dipilih berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan oleh penulis, yaitu mahasiswa aktif FKI UMS dan yang mengakses cnnindonesia.com, dihitung menggunakan rumus slovin dengan batas kesalahan (*error*) yang bisa ditolerir sebesar 0,1 maka diperoleh hasil sebanyak 96 sampel. Hasil dari data yang didapat oleh penulis, ditemukan responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya dan di bagi berdasarkan jenis kelamin. Responden laki – laki berjumlah 39 dan perempuan berjumlah 57 sehingga jika dijumlahkan menghasilkan 96 orang (100%) dari temuan data tersebut dapat dilihat bahwa responden perempuan jumlahnya lebih banyak dari pada jumlah responden laki-laki. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin akan di jabarkan oleh tabel berikut :

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	39	40,6 %
Perempuan	57	59,4 %
Jumlah	96	100 %

(sumber : Olah data primer, 2021)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah dari responden perempuan sebanyak 57 (59,4%) sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 39 (40,6%), jadi dapat disimpulkan responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki.

3.2. Uji Persyaratan Analisis

3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan oleh penulis dalam penulisan ini adalah *product moment pearson*. yaitu dengan cara mengkorelasikan antara tiap-tiap skor item pertanyaan kuesioner dengan total skor total jawaban responden tersebut. jika skor dari r_{hitung} lebih

besar dari pada r_{tabel} maka item dari instrument tersebut dinyatakan valid. Singarimbun dan Efendi (1995) mengungkapkan bahwa minimal jumlah untuk melakukan uji coba kuesioner dalam penulisan adalah sebanyak 30 responden. Uji validitas dalam penulisan ini menggunakan 30 responden, dengan taraf signifikansi 5% dan ditetapkan r_{tabel} sebesar 0.361. jika r_{hitung} memiliki nilai melebihi 0,361 maka instrument pernyataan kuesioner tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Uji validitas item pernyataan motif dan kepuasan

Variabel X	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Gratification</i> <i>Sought</i> Motif Informasi (X1)	X1.1	0,574	0,361	Valid
	X1.2	0,805	0,361	Valid
	X1.3	0,539	0,361	Valid
	X1.4	0,767	0,361	Valid
	X1.5	0,598	0,361	Valid
	X2.1	0,762	0,361	Valid
	X2.2	0,539	0,361	Valid
	X2.3	0,639	0,361	Valid
	X2.4	0,715	0,361	Valid
	X2.5	0,697	0,361	Valid
Hiburan (X2)	X2.6	0,676	0,361	Valid
Variabel Y	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Gratification</i>	Y1.1	0,786	0,361	Valid
<i>Obtained</i> Kepuasan	Y1.2	0,664	0,361	Valid
Terpenuhinya	Y1.3	0,854	0,361	Valid
Motif Informasi	Y1.4	0,738	0,361	Valid
(Y2)	Y1.5	0,727	0,361	Valid
<i>Gratification</i> <i>Obtained</i> Kepuasan	Y2.1	0,645	0,361	Valid
	Y2.2	0,724	0,361	Valid
	Y2.3	0,797	0,361	Valid

Terpenuhinya	Y2.4	0,778	0,361	Valid
Motif Hiburan (Y2)	Y2.5	0,764	0,361	Valid
	Y2.6	0,663	0,361	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan uji validitas Item Pernnyataan Motif dan Kepuasan SPSS 20)

Dari hasil perhitungan data yang disajikan dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa skor dari masing-masing item pernyataan kuesioner atau nilai r_{hitung} melebihi nilai dari r_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan kuesioner yang diajukan kepada para responden adalah valid. Misalnya dari variabel X1 motif informasi atau GS, pada item pernyataan kuesioner nomor 3 memperoleh skor r_{hitung} sebesar 0,539 lebih besar dari 0,361, kemudian pada variabel Y1 kepuasan atau GO, pada item pernyataan kuesioner nomor 3 yaitu memperoleh skor r_{hitung} sebesar 0,854 lebih besar dari 0,361 dinyatakan valid. Sama halnya dengan skor item pernyataan yang lain, yang juga dikatakan valid.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas yang digunakan oleh penulis dalam penulisan ini adalah rumus *alpha cronbach*. Rumus *alpha cronbach* ini berfungsi untuk melihat atau mengukur konsistensi dari variabel yang digunakan dalam penulisan. Variabel dapat dikatakan reliable jika jawaban yang diperoleh dari para responden terhadap pernyataan kuesioner stabil atau konsisten. Instrumen penulisan dikatakan fleksibel atau handal apabila memiliki nilai koefisiensi realibilitas melebihi dari 0,60 atau $> 0,60$. Sedangkan jika kurang dari 0,60 atau $< 0,60$, maka dapat dikatakan tidak handal atau tidak fleksibel. Berikut ini merupakan hasil dari penghitungan uji realibilitas dari variabel motif (X) dan variabel kepuasan (Y):

Dari tabel hasil pengolahan data uji realibilitas di atas maka dapat dikatakan alat ukur yang digunakan reliable. Dikarenakan skor total dari variabel motif dan kepuasan memiliki nilai koerisiensi realibilitas melebihi 0,60 atau $> 0,60$. Instrumen penulisan dapat dikatakan reliable jika koefisien realibilitas tersebut melebihi nilai 0,60 (Siregar, 2013).

3.3. Analisis Data

Data yang didapat dari setiap tanggapan responden dikelompokkan sesuai dengan kategori yang sudah ditentukan penulis dan data tersebut diolah agar dapat memperoleh total skor item pernyataan terhadap aspek yang akan diukur. Nilai rata-rata skor yang didapatkan dari responden digolongkan kedalam kategori sebagai berikut:

Tabel 3. Kategori skor jawaban responden

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Tidak Tahu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

(Sumber: Kriyantono, 2006)

Dari tabel kategori skor jawaban responden di atas, maka distribusi tanggapan responden pada masing-masing item pernyataan adalah sebagai berikut:

3.3.1. Kepuasan yang diharapkan (gratification sought) responden terhadap website cnnindonesia.com. Berdasarkan motif informasi (X1)

Tabel 4. Hasil pengolahan data distribusi frekuensi tanggapan responden

Item	Keterangan											
	STS		TS		TT		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	2	2,1	13	13,5	35	36,5	39	40,6	7	7,3	96	100
X1.2	6	6,3	27	28,1	36	37,5	23	24	4	4,2	96	100
X1.3	1	1	10	10,4	29	30,2	39	40,6	17	17,7	96	100
X1.4	3	3,1	18	18,8	31	32,3	30	31,3	14	14,6	96	100
X1.5	1	1	19	19,8	36	37,5	27	28,1	13	13,5	96	100

(Sumber: Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi tanggapan responden SPSS 20)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi tanggapan responden di atas diperoleh hasil dari item pernyataan nomor 1 dan nomor 3 mengenai motif informasi adalah jawaban yang memiliki tingkat presentase setuju dan sangat setuju paling besar yaitu indikator informasi “mencari peristiwa atau kondisi di dalam masyarakat dan dunia melalui cnnindonesia.com” dan “mempelajari dan menambah ilmu baru melalui cnnindonesia.com” dengan presentase setuju sama-sama memperoleh 40,6% sedangkan presentase sangat setuju item nomor 3 lebih besar yaitu 17,7% dibandingkan item nomor 1 yaitu 7,3%. Sedangkan item pernyataan yang memperoleh presentase jawaban setuju dan sangat setuju paling rendah yaitu item nomor 2 sebesar 24% untuk jawaban setuju dan 4,2% untuk jawaban sangat setuju yaitu indikator informasi “mencari nasihat, pendapat, dan pilihan tentang suatu permasalahan melalui cnnindonesia.com”.

Jadi indikator motif informasi yang paling dominan adalah item pernyataan nomor 3 yaitu “mempelajari dan menambah ilmu baru melalui cnnindonesia.com”. walaupun presentasi menunjukkan hasil yang sama dengan item nomor 1 namun item nomor 3 memiliki nilai presentasi yang lebih besar daripada nomor 1. Berdasarkan motif hiburan (X2)

Tabel 5. Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi tanggapan responden

Item	Keterangan											
	STS		TS		TT		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	26	27,1	42	43,8	20	20,8	5	5,2	3	3,1	96	100
X1.2	13	13,5	33	34,4	26	27,1	20	20,8	4	4,2	96	100
X1.3	8	8,3	18	18,8	26	27,1	34	35,4	10	10,4	96	100
X1.4	15	15,6	34	35,4	22	22,9	21	21,9	4	4,2	96	100
X1.5	36	37,5	32	33,3	20	20,8	4	4,2	4	4,2	96	100
X1.6	7	7,3	16	16,7	26	27,1	35	36,5	12	12,5	96	100

(Sumber: Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi tanggapan responden SPSS 20)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi tanggapan responden di atas diperoleh hasil

dari item pernyataan nomor 6 mengenai motif hiburan memiliki tingkat presentase setuju dan sangat setuju paling besar yaitu indikator hiburan “bersantai ketika mengakses cnnindonesia.com” dengan presentase setuju memperoleh 36,5% dan presentase sangat setuju sebesar 12,5%. Sedangkan item pernyataan yang memperoleh presentase jawaban setuju dan sangat setuju paling rendah yaitu item nomor 5 sebesar 4,2% untuk jawabann setuju dan 4,2% untuk jawaban sangat setuju yaitu indikator hiburan “melampiaskan emosi melalui cnnindonesia.com”.

Jadi indikator motif hiburan yang paling dominan adalah item pernyataan nomor 6 yaitu “bersantai ketika mengakses cnnindonesia.com”.

3.3.2. Kepuasan yang diperoleh (gratification obtained) responden terhadap akun website cnnindonesia.com.

Tabel 6. Kepuasan yang diperoleh responden berdasarkan motif informasi (Y1)

Item	Keterangan											
	STS		TS		TT		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	6	6,3	26	27,1	45	46,9	19	19,8	96	100
X1.2	3	3,1	24	25,0	31	32,3	27	28,1	11	11,5	96	100
X1.3	0	0	11	11,5	29	30,2	40	41,7	16	16,7	96	100
X1.4	0	0	16	16,7	32	33,3	34	35,4	14	14,6	96	100
X1.5	3	3,1	24	25,0	31	32,3	27	28,1	11	11,5	96	100

(Sumber: Hasil pengolahan data tabel distribusi frekuensi tanggapan responden SPSS 20)

Berdasarkan tabel tingkat kepuasan yang diperoleh responden di atas menunjukkan bahwa hasil dari item pernyataan nomor 1 tentang kepuasan informasi memiliki tingkat presentase setuju dan sangat setuju paling besar yaitu indikator kepuasan informasi “peristiwa atau kondisi di dalam masyarakat dan dunia melalui cnnindonesia.com” dengan presentase setuju memperoleh 46,9% dan presentase sangat setuju sebesar 19,8%. Sedangkan item pernyataan tingkat kepuasan terhadap informasi yang memperoleh presentase jawaban setuju dan sangat setuju paling rendah yaitu item

nomor 2 dan nomor 5 yaitu sama-sama memiliki presentase sebesar 28,1% untuk jawaban setuju dan 11,5% untuk jawaban sangat setuju yaitu indikator kepuasan informasi “mencari nasihat, pendapat, dan pilihan tentang suatu permasalahan melalui cnnindonesia.com” dan “memperoleh rasa aman melalui pengetahuan melalui cnnindonesia.com”.

Jadi tingkat kepuasan yang diperoleh, pernyataan item nomor 1 merupakan indikator dominan yang responden pilih yaitu setuju mengenai dapat memberi tahu peristiwa atau kondisi di dalam masyarakat dan dunia melalui cnnindonesia.com. Kepuasan yang diperoleh berdasarkan motif hiburan (Y2)

Tabel 7. Kepuasan yang diperoleh responden berdasarkan motif hiburan (Y2)

Item	Keterangan											
	STS		TS		TT		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	20	20,8	37	38,5	22	22,9	13	13,5	4	4,2	96	100
X1.2	10	10,4	29	30,2	27	28,1	23	24,0	7	7,3	96	100
X1.3	4	4,2	26	27,1	25	26,0	33	34,4	8	8,3	96	100
X1.4	9	9,4	28	29,2	25	26,0	29	30,2	5	5,2	96	100
X1.5	21	21,9	40	41,7	25	26,0	7	7,3	3	3,1	96	100
X1.6	7	7,3	17	17,7	30	31,3	34	35,4	8	8,3	96	100

(Sumber: Hasil Pengolahan data tabel distribusi frekuensi tanggapan responden SPSS 20)

Berdasarkan tabel tingkat kepuasan yang diperoleh responden di atas menunjukkan bahwa hasil dari item pernyataan nomor 6 tentang kepuasan hiburan memiliki tingkat presentase setuju dan sangat setuju paling besar yaitu indikator kepuasan hiburan “merasa puas ketika bersantai ketika mengakses cnnindonesia.com” dengan presentase setuju memperoleh 35,4% dan presentase sangat setuju sebesar 8,3%. Sedangkan item pernyataan tingkat kepuasan hiburan yang memperoleh presentase jawaban setuju dan sangat setuju paling rendah yaitu item nomor 5 memiliki presentase

setuju sebesar 7,3% untuk jawabann setuju dan 3,1% untuk jawaban sangat setuju yaitu indikator kepuasan hiburan “puas ketika melampiaskan emosi melalui cnnindonesia.com” Jadi tingkat kepuasan yang diperoleh, pernyataan item nomor 6 merupakan indikator dominan dipilih oleh responden yaitu merasa puas ketika bersantai ketika mengakses cnnindonesia.com.

3.3.3. Tingkat kesenjangan (*gratification discrepancy*) antara variabel GS dan GO pada responden setelah mengakses website cnnindonesia.com

Gratification discrepancy adalah kesenjangan yang terjadi diantara nilai kepuasan yang diharapkan atau *gratification sought* oleh audiens dengan nilai kepuasan yang didapatkan atau *gratification obtained* oleh audiens setelah mengonsumsi suatu media. Kesenjangan atau *discrepancy* yang dimaksud dalam penulisan ini adalah perbandingan kepuasan yang diharapkan responden dengan kepuasan yang diperoleh responden setelah mengakses website cnnindonesia.com.

Untuk mengetahui nilai tingkat kesenjangan kepuasan dari perbedaan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* yang diperoleh maka menggunakan rumus statistik *discrepancy* Palmgreen sebagai berikut :

$$D = \frac{\sum_i \sum_j n_{i,j} |G_i - O_j|}{\sum_i \sum_j n_{i,j}} \quad \dots\dots\dots(2)$$

Dimana :

D = discrepancy/kesenjangan

N = Jumlah sampel

i = Kepuasan yang dicari atau yang diharapkan (GS)

J = Kepuasan yang diperoleh (GO)

Dimana $I \neq j$

Untuk menghitung nilai *discrepancy* (kesenjangan) kepuasan antara GS dengan GO menggunakan rumus *cross tabulation* atau tabulasi silang yang sudah tersedia pada aplikasi SPSS 20, dimana setiap skor item yang diperoleh GS disilangkan (dicrosskan) dengan setiap skor item yang sejenis dengan GO. Melalui uji statistik tersebut diperoleh

seberapa besar kecilnya tingkat *discrepancy* (kesenjangan) yang diperoleh oleh responden memberikan gambaran besar kecilnya kemampuan dari suatu media dalam memberikan kepuasan kepada para respondennya secara berbanding terbalik. Artinya yaitu jika semakin besar nilai kesenjangan yang diperoleh, maka kemampuan dari suatu media tersebut dalam memberikan kepuasan kepada responden semakin kecil. Dan sebaliknya jika semakin kecil nilai kesenjangan yang diperoleh, maka dapat dikatakan kemampuan dari media tersebut dalam hal memberikan kepuasan kepada responden semakin besar.

Besarnya tingkat kepuasan yang mampu diberikan oleh website cnnindonesia.com kepada para respondennya dapat diketahui yaitu dengan cara mengurangi nilai tingkat kepuasan maksimal (ditetapkan pada nilai 100%) dengan nilai tingkat kesenjangan yang diperoleh oleh responden terhadap setiap item kebutuhan yang telah ditetapkan. Merujuk pada penulisan yang pernah dilakukan terdahulu telah dibuat ketetapan batasan kepuasan yaitu minimal 70%, atau jika nilai dari tingkat kesenjangan yang diperoleh responden berkisar diantara 0-30%, maka kebutuhan tersebut dianggap memuaskan responden, namun jika tingkat kesenjangan yang diperoleh responden berkisar lebih dari presentase 30%, maka media tersebut dikatakan tidak dapat memberikan kepuasan kepada responden. Berikut ini adalah tiga kategori presentase dalam menentukan tingkat kesenjangan yang dialami oleh responden :

Tabel 8. Kategori kepuasan responden

No	Pemenuhan Kepuasan	Presentase Tingkat Kesenjangan
1	Rendah	21%-30%
2	Sedang	11%-20%
3	Tinggi	0%-10%

(Palmgreen& Rayburn, 1979).

Hasil penulisan yang telah dilakukan penulis, maka didapati tingkat kesenjangan kepuasan yang dialami oleh 96 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika yang mengakses website cnnindonesia.com yaitu sebagai berikut :

Berdasarkan dengan pengolahan data perhitungan nilai kesenjangan motif informasi dan kepuasan informasi dengan menggunakan rumus *discrepancy* Palmgreen seperti di atas, maka dapat diketahui hasil dari masing-masing item kepuasan yang diharapkan (motif) informasi yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 9. Hasil pengolahan data menggunakan rumus Palmgreen

Item Uji	Kesenjangan (%)	Kepuasan (%)	Kategori
1	41,6%	58,4%	Tidak Memuaskan
2	32,3%	67,7%	Tidak Memuaskan
3	22,9%	77,1%	Rendah
4	27%	73%	Rendah
5	22,9%	77,1%	Rendah
Informasi	Mean = 29,34%	Mean = 70,66%	Rendah
Skor Motif	Kepuasan (%) – Kesenjangan (%) = 41,32		

(Sumber: Data primer kuesioner)

Dari hasil tabel pengkategorian *discrepancy* diatas, dapat dilihat bahwa pada kepuasan yang diharapkan atau motif informasi, tingkat kepuasan yang diperoleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com berada pada kategori kepuasan yang rendah dan tidak memuaskan. Berdasarkan dari aspek informasi pernyataan item nomor 1 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 41,6% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 58,4%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 1 ditinjau dari aspek informasi yaitu “dapat mengetahui peristiwa atau kondisi di dalam masyarakat dan dunia melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori tidak memuaskan.

Pada pernyataan item nomor 2 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 32,3% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 67,7%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 2 ditinjau dari aspek informasi yaitu “dapat memperoleh nasihat, pendapat, dan pilihan tentang suatu permasalahan melalui cnnindonesia.com” termasuk

dalam kategori tidak memuaskan. Selanjutnya pada pernyataan item nomor 3 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 22,9% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 77,1%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 3 ditinjau dari aspek informasi yaitu “dapat mempelajari dan menambah ilmu baru melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah.

Pernyataan item nomor 4 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 27% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 73%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 4 ditinjau dari aspek informasi yaitu “dapat memuaskan rasa ingin tahu melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah. Selanjutnya pada pernyataan item nomor 5 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 22,9% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 77,1%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 5 ditinjau dari aspek informasi yaitu “memperoleh rasa aman melalui pengetahuan melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah.

Berdasarkan dengan pengolahan data perhitungan nilai kesenjangan motif informasi dan kepuasan informasi dengan menggunakan rumus *discrepancy* Palmgreen seperti di atas, maka dapat diketahui hasil dari masing-masing item kepuasan yang diharapkan (motif) informasi yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 10. Hasil pengolahan data menggunakan rumus Palmgreen

Item Uji	Kesenjangan (%)	Kepuasan (%)	Kategori
1	28,21%	71,79%	Rendah
2	35,4%	64,6%	Tidak Memuaskan
3	20,8 %	79,2%	Sedang
4	29,1%	70,9%	Rendah
5	30,2%	69,8%	Rendah
6	12,5%	87,5%	Sedang
Informasi	Mean = 26,03	Mean =73,97	Rendah

(Sumber: Data Primer Kuesioner)

Dari hasil tabel pengkategorian kesenjangan/*discrepancy* diatas, dapat dilihat bahwa pada kepuasan yang diharapkan atau motif hiburan, tingkat kepuasan yang diperoleh Mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com didominasi pada level kategori rendah. Berdasarkan dari aspek hiburan pernyataan item nomor 1 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 28,21% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 71,79%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 1 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “dapat melarikan diri dari masalah dengan mengakses cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah.

Pada pernyataan item nomor 2 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 35,4% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 64,6%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 2 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “dapat memperoleh kesenangan dan hiburan melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori tidak memuaskan. Selanjutnya pada pernyataan item nomor 3 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 20,8% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 79,2%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 3 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “mendapatkan kenikmatan dengan melihat budaya lain melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori sedang.

Pernyataan item nomor 4 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 29,1% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 70,9%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 4 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “dapat mengisi waktu luang melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah. Selanjutnya pada pernyataan item nomor 5 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 30,2% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 69,8%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa

FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 5 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “dapat melampiaskan emosi melalui cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori rendah.

Pernyataan item nomor 6 memperoleh nilai kesenjangan sebesar 12,5% dengan tingkat kepuasan responden sebesar 87,5%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang dialami oleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com pada pernyataan item nomor 4 ditinjau dari aspek hiburan yaitu “dapat bersantai ketika mengakses cnnindonesia.com” termasuk dalam kategori sedang.

Berdasarkan keseluruhan hasil dari tingkat kepuasan mahasiswa FKI UMS dalam mengakses website cnnindonesia.com 3 diantara 11 item pernyataan menunjukkan tingkat kepuasan dalam level kategori tidak memuaskan, kemudian 2 diantara 11 item pernyataan tersebut dalam level kategori sedang, dan sisannya 6 diantara 11 item pernyataan tersebut dalam level kategori rendah.

Kebutuhan kepuasan responden dapat dikatakan terpenuhi apabila skor mean nilai Gratification Obtained (GO) lebih besar daripada skor mean Gratification Sought (GS) (Kriyantono 2006). Berdasarkan nilai skor mean dari keseluruhan total item antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan yang diperoleh (GO) maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

3.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas yang dilakukan oleh penulis di atas yaitu dilihat dari indikator informasi dan hiburan terdiri dari 22 total keseluruhan pernyataan item yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada 30 responden mahasiswa ini dapat dikatakan valid. Karena semua nilai dari masing-masing item pernyataan yang dihasilkan dari r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} (0.361), sehingga semua item pernyataan yang digunakan dalam penulisan ini adalah valid. Setelah semua pernyataan dikatakan valid selanjutnya melakukan uji realibilitas.

Tahap uji realibilitas yang dilakukan penulis dalam penulisan ini menghasilkan nilai cronbach's alpha pada aspek indikator motif yaitu sebesar 0.850 dan pada aspek indikator kepuasan sebesar 0.860, jumlah keduanya sama-sama melebihi dari pada nilai

koefisiensi Rreliabilitas yaitu 0.60. Jadi dapat dikatakan bahwa instrument pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penulisan ini dinyatakan reliabel atau konsisten.

Berdasarkan dari hasil penulisan tentang kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita melalui cnnindonesia.com oleh mahasiswa FKI UMS didapati bahwa hasil tingkat kesenjangan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* mengakses cnnindonesia.com dilihat dari aspek akan kebutuhan informasi memperoleh presentase nilai kesenjangan sebesar 29,34% dengan nilai kepuasan yang didapat sebesar 70,66%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang diperoleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com dilihat dari aspek kebutuhan informasi termasuk dalam level kategori rendah.

Dilihat dari tingkat kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh setelah mengakses berita melalui cnnindonesia.com oleh mahasiswa FKI UMS didapati bahwa hasil tingkat kesenjangan antara *gratification sought* dan *gratification obtained* mengakses cnnindonesia.com dilihat dari aspek akan kebutuhan hiburan memperoleh presentase nilai kesenjangan sebesar 26,03% dengan nilai kepuasan yang didapat sebesar 73,97%. Hal ini berarti tingkat kepuasan yang diperoleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses website cnnindonesia.com dilihat dari aspek kebutuhan informasi termasuk dalam level kategori rendah.

Jika dilihat dari seluruh total skor mean dari aspek indikator informasi dan hiburan yang di peroleh mahasiswa FKI UMS setelah mengakses berita melalui cnnindonesia.com, maka website cnnindonesia.com ini sudah dapat dikatakan memberikan kepuasan terhadap khalayak. Karena skor mean yang diperoleh *gratification sought* (32,61%) yang melebihi dari total skor mean *gratification obtained* (34,17). walaupun tingkat kepuasan yang diberikan masih tergolong rendah. Temuan ini berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Arifin (2013) penelitian tersebut menyatakan bahwa khalayak masih kurang terpuaskan dengan apa yang di tawarkan oleh media media online melalui portal berita online. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh sifat dan karakteristik portal berita online yang identik dengan cepat, dinamis, konvergensi, dan interaktif

ternyata tingkat verifikasi dan akurasi datanya dianggap rendah.

Temuan yang sesuai dengan penelitian ini yaitu temuan yang dilakukan oleh Safitri *et.al* (2019) dimana inti dari penelitian tersebut adalah khalayak mengkonsumsi berita digital didasari oleh motif informasi dan motif hiburan, namun audiens mengkonsumsi berita digital lebih untuk kepentingan hiburan daripada informasi. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sondak *et.al*, 2019) dan (Gunawan, 2016) dimana kedua penelitian tersebut mengatakan bahwa khalayak mengkonsumsi berita digital dilatarbelakangi oleh motif dan kepuasan informasi.

4. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan di atas dapat diketahui bahwa website *cnnindonesia.com* dapat memberikan kepuasan kepada para mahasiswa FKI UMS, dilihat dari skor nilai GS yang lebih kecil daripada GO. Kemudian motif mahasiswa FKI UMS mengakses berita melalui website *cnnindonesia.com* jika dilihat dari kedua aspek informasi dan aspek hiburan ternyata lebih kepada memenuhi kebutuhan aspek hiburan. Walaupun hasil dari tingkat kesenjangan kepuasan keduanya sama-sama dalam level kategori rendah, namun nilai skor mean *discrepancy* dari aspek hiburan sebesar 26,03 sedangkan nilai skor mean *discrepancy* dari aspek informasi yaitu sebesar 29,34, Jadi nilai skor mean aspek hiburan lebih kecil daripada nilai skor mean aspek informasi. hal ini berarti mahasiswa FKI UMS dalam hal mengakses website *cnnindonesia.com* lebih untuk kepentingan aspek hiburan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkia, A. R. S. (2015). Praktik Multimedia dalam Jurnalisme Online di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 41–53.
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 195–211.
- Chyi, H. I., Yang, M. J., Lewis, S. C., & Zheng, N. (2010). Use of and Satisfaction with Newspaper Sites in the Local Market: Exploring Differences between Hybrid and Online-Only Users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(1), 62-83.
- Chyi, Hsiang; and Huang, Sonia. (2011). Demystifying the demand relationship between

- online and print products under one newspaper brand: the case of Taiwan and the emergence of a universal pattern. *Journal of Communication*, Vol. 21, No. 3, June 2011, 243-261.
- Flavián, C., & Gurrea, R. (2009). Users' Motivations and Attitude Towards the Online Press. *Journal of Consumer Marketing*, 26(3), 164–174.
- Gunawan, L. (2016). Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di MetroTV Jawa Timur. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1).
- Kriyantono, R., & Komunikasi, T. P. R. (2010). Disertasi Contoh Praktis Riset Media. Publik Relation, Advertesing, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). American Association for Public Opinion Research Uses and Gratifications Research Author (s): Elihu Katz , Jay G . Blumler and Michael Gurevitch Source : The Public Opinion Quarterly , Vol . 37 , No . 4 (Winter , 1973-1974), pp . 509-523 Published by. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Morissan, M.A., et. al. (2010). Teori Komunikasi Massa. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Puspitorini, D. A. (2016). Motif dan Kepuasan Penggunaan Instagram (Studi Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Safitri, N. K. D. A., Suryawati, I. G. A. A., & Gelgel, N. M. R. A. (2019). Motif dan Kepuasan Masyarakat Kota Denpasar dalam Mengakses Portal Berita detikcom. *E-Jurnal Medium*, 1(2), 1–8.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). Metode Penulisan Survei. *PT Pustaka LP3ES Indonesia*.
- Sondak, C. R., Hadi, I. P., & Wijayanti, C. A. (2019). Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Mengakses Website IDN Times. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 11.
- Suryandari, A., D., (2017). Motif dan Kepuasan Membaca Koran Pabelan (Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Unniversitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan).
- Susanto, E., & Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh Motif Penggunaan Media dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pembaca Detikcom. *Koneksi*, 2(2), 293–299.

Tanjung, I.S., Kriyantomo R., Sujoko A. (2019). Perbedaan Kepuasan Radio Konvensional dengan Streaming (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Gratifikasi Sought dan Gratifikasi Obtained Pada Radio Elfara Malang). *JISPO*, VOL. 9 No. 2 Edisi: Juli- Desember Tahun 2019.

Utomo, Jensi Hendra (2020). Studi Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Followers Instagram Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram @ilmukomunikasiums. Skripsi. Surakarta : Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sumber Internet:

<https://star-akreditasi.ums.ac.id/> diakses pada Maret 2021 UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

www.alexacom/topsites/countries/ID diakses pada oktober 2020 www.cnnindonesia.com, diakses pada tanggal Maret 2021

www.kompasiana.com/diopras/56e23297147f619b0ee26e85/cnnindonesiacom-v-detikcom-analisis-di-antara-dua-saudara#,

<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>